

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan menggunakan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 20, dapat ditarik kesimpulan dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas layanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan. Dalam hal ini berarti semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan Blackberry terhadap pengguna Blackberry di Surabaya maka tingkat kepuasan pengguna semakin tinggi pula terhadap Blackberry.
2. Kepuasan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna Blackberry di Surabaya maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap Blackberry.
3. Kepercayaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna Blackberry di Surabaya maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pengguna terhadap Blackberry.
4. Kepuasan berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna Blackberry di Surabaya maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pengguna terhadap Blackberry.

5. Jalur kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas yang menghasilkan saling berpengaruh positif yang signifikan dalam kerangka pemikiran lebih baik daripada jalur kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna Blackberry tidak hanya puas terhadap layanan Blackberry tetapi pengguna juga percaya dengan Blackberry, sehingga tingkat loyalitas pengguna lebih tinggi karena suatu kepercayaan pengguna dibandingkan jika pengguna hanya merasa puas terhadap layanan Blackberry yang diberikan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain :

1. Kurangnya data dari responden yang diperoleh, karena terdapat beberapa kuesioner yang rusak dan belum kembali.
2. Wilayah penelitian hanya sebatas area Surabaya.
3. Penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 162 responden sehingga kemampuan menjadikan hasil penelitian untuk mendapatkan gambaran nyata dari nasabah bank sampel penelitian tersebut masih kurang.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk perusahaan RIM Blackberry

- a. Bagi pihak Blackberry diharapkan agar lebih memperhatikan dan memberikan layanan sesuai pedoman yang dimiliki untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang terdapat dalam Blackberry dan jaringannya. Hal ini dapat dilakukan oleh Blackberry dengan cara menambah saran dan keluhan pengguna dengan mengakses memberikan keluhan disitus resmi Blackberry.
- b. Blackberry diharapkan dapat menjaga kepuasan pengguna dengan meningkatkan kualitas dan tampilan fitur-fitur sesuai dengan keinginan pengguna, terutama fitur battery yang mudah cepat habis dan sering dikeluhkan pengguna berdasarkan survey pertanyaan terbuka dari kuesioner.
- c. Blackberry diharapkan dapat menjaga kepercayaan pengguna Blackberry dengan meningkatkan sisi layanan terutama terhadap *call center* Blackberry. Pengguna Blackberry masih banyak yang belum percaya dengan *call center* Blackberry tanggap mengatasi masalah karena kurangnya informasi keberadaan *call center*, sehingga perlu dilakukan sosialisasi terhadap informasi keberadaan *call center* dan peningkatan terhadap Blackberry baik dari segi layanan *call center* maupun dari segi kualitas layanan dari produk Blackberry.
- d. Blackberry diharapkan dapat menjaga loyalitas pengguna Blackberry di Surabaya dengan memperbaiki lagi kualitas layanan dan memperbarui atau meningkatkan inovasi fitur-fitur Blackberry. Hal ini dikarenakan adanya

persaingan yang sangat ketat dan kecanggihan teknologi antar *smartphone*. Selain itu dari hasil pertanyaan terbuka di kuesioner dimana sebagian besar responden sering mengalami beberapa keluhan seperti lemot, *battery* cepat *low batt* dan lain-lain, meskipun sebagian besar responden menyatakan suka dengan Blackberry tetapi tidak menutup kemungkinan responden akan berpindah ke *smartphone* lain. Sehingga hal tersebut diharapkan dapat diantisipasi Blackberry untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pengguna.

2. Untuk Penelitian Berikutnya

- a. Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.
- b. Dalam kuesioner perlu adanya tambahan dalam indikator pernyataan dari jurnal lain. Agar dapat mencakup keseluruhan variabel kualitas layanan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Naveed Tariqand Dan Nadia Moussaoui 2009 "The Main Antecedent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector". International Journal of Business and Management Science.(December). Pp 101-115.
- Augusty Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen.Universitas Diponegoro. Semarang.
- Bee Wah Yap, T. Ramayah, Wan Nushazelin Wan Shahidan. 2012. "Satisfaction and trust on customer loyalty: a PLS approach".Business Strategy Series, Vol. 13 Iss: 4 pp. 154 – 167.
- Budi Prabowo. 2008. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astra Surabaya".Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, Vol. 8 No.2 Oktober 2008 :92-97.
- Farida Jasfar. 2005. *Manajemen Jasa*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia.
- gs.statcounter.com di akses tanggal 20 Oktober 2012.
- <http://inet.detik.com>di akses tanggal 20 Oktober 2012.
- <http://teknologi.kompasiana.com> di akses tanggal 20 Oktober 2012.
- Ilias Santouridis and Panagiotis Trivellas 2010."Investigating the impact of service quality and customer satisfaction in mobile telephone in Greece".The TQM Journal.(March). Pp 330-343.
- Imam, Ghazali. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Kah-Hin Chai, Yi Ding dan Yufeng Xing, 2009."Quality and Customer Satisfaction Spilloversin the Mobile Phone".IndustryService Science 1(2), pp.93-106.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Erlangga:Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller.2006, *Manajemen Pemasaran*.Edisi ke 12 jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia.Indeks.Upper saddle river, New Jersey, 07458.

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, Hooi Den Huan, Sandra Liu. 2005, *Rethinking Marketing (Meninjau Ulang Pemasaran) Sustainable Marketing Enterprise di Asia*. Indeks: Jakarta.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga: Jakarta.

Luis, Casalo, Flavián, Carlos and Guinalú, Miguel. 2008. "The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of mouth in the ebanking services". The International Journal of Bank Marketing Vol. 26 Numb. 6 pp. 399-417.

Malhotra, Naresh K. 2005. "*Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*". Edisi keempat. Jakarta : Indeks Gramedia.

Marknesis. 2009. *Strategi, taktik dan kasus*. Penerbit Marknesis. Yogyakarta.

Minto Waluyo. 2009. *Panduan Equation Modeling*. Jakarta Penerbit Indeks.

Ovy Ayuning Nareswari. 2012. *Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Loyalitas Empat Merek Handphone di Indonesia*. Skripsi sarjana terbitan Universitas Diponegoro.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Penerbit : Prenada Media Group.

techno.okezone.com di akses tanggal 20 Oktober 2012.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service management : mewujudkan layanan prima*. Penerbit Andi. Yogyakarta

_____. 2010. *Manajemen & Strategi Merek*. penerbit Andi. Yogyakarta.

Wei-Ming Ou, Chia-Mei Shih, ChinYuan Chen, Kuo-Chang Wang 2011. "Relationship among customer loyalty programs, service quality, relationship quality and loyalty". Journal Management Chinese Studies. (Mei). Pp194-205

www.beritasatu.com di akses tanggal 20 Oktober 2012.

www.jumtapa.com di akses tanggal 20 Oktober 2012.